

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	8
F. Kerangka Pemikiran	9
G. Hipotesis	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA	18
A. Manajemen	18
B. Manajemen Pemasaran	20
C. Keputusan Pembelian	27
D. Kualitas Produk	36
E. Lokasi	38
F. Hubungan Antar Variabel	45

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	48
A. Metode Penelitian	48
B. Populasi dan Sampel.....	49
C. Definisi Operasional Variabel	51
D. Metode Pengumpulan Data	53
E. Metode Pengolahan Data	54
F. Jadwal Penelitian	67
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	69
A. Gambaran Umum Perusahaan	69
B. Data Deskriptif Responden.....	73
C. Analisis Deskriptif Statistik.....	78
D. Pengolahan Data Deskriptif.....	81
E. Hasil Pengujian Instrumen.....	100
F. Analisis Koefisien Korelasi	104
G. Hasil Pengujian Hipotesis.....	105
H. Pembahasan	112
BAB V PENUTUP.....	123
A. Kesimpulan.....	123
B. Saran	124
DAFTAR PUSTAKA	126

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Contoh Daftar Nama dan Harga Produk Parfum Toko Istana	
Refill Parfume cabang Cicaheum	3
Tabel 1.2 Pendataan Perbulan Toko Istana Refill Parfume cabang	
Cicaheum Tahun 2017	4
Tabel 1.3 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3.1 Definisi Operasionalisasi Variabel	52
Tabel 3.2 Nilai Kriteria Korelasi	61
Tabel 3.3 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Determinasi	66
Tabel 3.4 Jadwal dan Tempat Penelitian	68
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	75
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	75
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	76
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	77
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Pembelian	78
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Analisis Deskriptif Statistik	79
Tabel 4.7 Kriteria Interpretasi Skor	81
Tabel 4.8 Pernyataan 1	81
Tabel 4.9 Pernyataan 2	82
Tabel 4.10 Pernyataan 3	83
Tabel 4.11 Pernyataan 4	83
Tabel 4.12 Pernyataan 5	84

Tabel 4.13 Pernyataan 6.....	85
Tabel 4.14 Pernyataan 7.....	85
Tabel 4.15 Pernyataan 8.....	86
Tabel 4.16 Pernyataan 9.....	87
Tabel 4.17 Skor Jawaban Responden Terhadap Item-item Pernyataan pada Variabel Kualitas Produk	87
Tabel 4.18 Pernyataan 10.....	89
Tabel 4.19 Pernyataan 11	90
Tabel 4.20 Pernyataan 12.....	91
Tabel 4.21 Pernyataan 13.....	91
Tabel 4.22 Pernyataan 14.....	92
Tabel 4.23 Pernyataan 15.....	92
Tabel 4.24 Skor Jawaban Responden Terhadap Item-item Pernyataan pada Variabel Lokasi	93
Tabel 4.25 Pernyataan 16.....	95
Tabel 4.26 Pernyataan 17.....	95
Tabel 4.27 Pernyataan 18.....	96
Tabel 4.28 Pernyataan 19.....	96
Tabel 4.29 Pernyataan 20.....	97
Tabel 4.30 Pernyataan 21	98
Tabel 4.31 Skor Jawaban Responden Terhadap Item-item Pernyataan pada Variabel Keputusan Pembelian	98
Tabel 4.32 Hasil Uji Validitas Variabel.....	101

Tabel 4.33 Kriteria Interpretasi Koefisien Reliabilitas	102
Tabel 4.34 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk	103
Tabel 4.35 Hasil Uji Reliabilitas Lokasi	103
Tabel 4.36 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian	104
Tabel 4.37 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	104
Tabel 4.38 Hasil Uji Korelasi.....	105
Tabel 4.39 Hasil Uji Regresi Berganda	106
Tabel 4.40 Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)	107
Tabel 4.41 Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)	110
Tabel 4.42 Hasil Analisis Determinasi	112
Tabel 4.43 Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X1)	113
Tabel 4.44 Statistik Deskriptif Variabel Lokasi (X2)	115
Tabel 4.45 Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)	117



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Model penelitian.....	11
Gambar 2.1 <i>Marketing Mix</i>	26
Gambar 2.2 Tahapan Proses Keputusan Pembelian.....	27
Gambar 2.3 Langkah Antara Evaluasi Alternatif dan Keputusan Pembelian	29
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Toko Istana Refill Parfume	72
Gambar 4.2 Rentang Skor Kualitas Produk	88
Gambar 4.3 Rentang Skor Lokasi	94
Gambar 4.4 Rentang Skor Keputusan Pembelian.....	99

